

MEYVE SUYU İÇİN YENİ YÜZYILDA YENİ FIRSATLAR

Ebru AKDAĞ
Prof. Dr. Aziz EKŞİ



FOOD NEWS tarafından düzenlenen WORLD JUICE 2006 konferansı 16-18 EKİM 2006 tarihlerinde BARCELONA' da gerçekleştirildi. 45 ülkeden 400'ün üzerinde delegenin katıldığı konferansta, Türkiye de 22 delege ile temsil edildi. Sunulan tebliğlerde ilginç konular tartışıldı. Yeni trendler ve yeni fırsatlar katılımcıları heyecanlandırdı. İşte bunların başlıcaları:

1. 21. YÜZYIL MEYVE SUYU (DAVID BERYYMAN)

21. yüzyıldaki trendlerden birisi, karbondioksitli içecek satışıdaki azalmadır. Göğüs kanserinin %80 artması ve son on yılda çocuklarda obezitenin ikiye katlanması, fast food ve **karbondioksitli** içecek tüketimi ile yakından ilişkilidir. Bu nedendir ki; **EYLÜL 2006**'da İNGİLTERE'de okullardaki bu tip içecek satışı yasaklanmıştır ve 2010'da da ABD'de yasaklanması beklenmektedir. Bu da meyve suyu için iyi bir fırsattır.

Bu yılki filmin kötü adam rolünü doymuş/trans yağlar oynayacaktır. Yağlar; çift bağ içermeyenler(doymamış) ve çift bağ içerenler(**doymuş**) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Doymamış yağlar insan dostu iken doymuş yağlar zararlıdır. Bunlar kötü huylu LDL kolesterolü arttırmakta, iyi huylu HDL kolesterolü azaltmakta, şeker ve kalp hastalıklarına yol açmaktadır.

Filmdeki kötü adama karşı savaşan kahramanların en önemlilerinden biri de; **meyve suyu**dur!.. Kahramanımızın başlıca özellikleri; enerji vermesi, trans yağ içermemesi, antioksidan, vitamin, mineral ve lif bakımından zengin olmasıdır.

Kahraman gıdalar sağlıklı ve uzun bir yaşama yardımcı olmakta, kanser ve kalp hastalıkları riskini azaltmaktadır.

Karbondioksitli içeceklerin tüketimindeki azalmaya karşın meyve suyu vb içeceklerin



tüketiminde önemli bir artış gözlemlenmektedir. Son yıllardaki meyve suyu tüketimi artışının nedenlerinden biri yaratıcı karışımlardır. Bu karışımlarda cezbedici olan ise özellikle tropik meyvelerdir. Son zamanların gözdeleleri arasında **üzümsüler (berry)** ve diğer meyve sularından farklı olarak sağlıklı yağ da içeren **AÇAİ** adlı palmye meyvesi gösterilmektedir.

Meyvelerin antioksidan kapasiteleri çoktan aza doğru; goji > açai (omega 3,6,9) > blueberry > nar > çilek > erik > raspberry > cranberry > redcurrant > kırmızı üzüm > portakal > kivi > pembe greyfurt olarak sıralanmaktadır.

Meyve suyunun yararları çok da olsa, açıklamalar bir kanıta dayanmalıdır. Örneğin, üzümsülerin selülitte engellediği haberleri bir kanıta dayanmamaktadır. Ancak **alzheimer** hastalığının oluşma riskini %76 azalttığı araştırmalarla kanıtlanmıştır.

Ayrıca %100 nar suyu İngiltere Kolesterol Kurumu (HEART UK) tarafından onaylanmış bir üründür.

Yumberry (Çin'de yetişen bir meyve) gelecekteki süper meyve suyu tasarımlarında kullanılması beklenen bir meyvedir.

Süper süper meyve suyu yapmanın yolu ise süt endüstrisini izleyerek; probiotik, kolesterol düşürücü vb içecek tasarımıyla geçmektedir.

2. AMERİKA MEYVE SUYU SEKTÖRÜNDE BÜYÜME ARAYIŞI (GARY HEMPHILL)



Amerika'daki içecek sektöründe bir numarayı alan karbondioksitli içeceklerin tüketiminde son 7 yıldır bir düşüş gözlenmektedir. 2005 yılında 200 litreye düşen kişi başına tüketim son 5 yılda %0.6 azalmıştır. İkinci sırayı alan ve tüketimi hızla artan ürün ise şişeli sudur. Son 5 yılda % 8.7'lik bir artış göstererek, 2005 yılında kişi başına 99 litrelik bir tüketim değerine ulaşmıştır. 6. sırada yer alan meyve suyu ve benzeri içeceklerin tüketiminde ise son 5 yılda %1.3'lük bir azalma vardır ve 2005 yılı kişi başına tüketim 54 litredir.

İçecek tüketiminde; karbondioksitli içeceklerin payı %27, şişelenmiş suyunki %13.6 iken meyve suyu vb'nin payı %7.4'tür.

Meyveli içeceklerde en büyük pay, 27% ile meyve punçları olmakta, bunu 20% ile cranberry karışımları ve 15% ile limonata izlemektedir. Meyve suyu tüketiminde ise, % 52 ile portakal dominanttır. Bunu %15 ile elma ve %12 ile karışık meyve suyu izlemektedir.

Fonksiyonel içecek tüketim trendine bağlı olarak, sağlık faktörü ve yaratıcı ürün tasarımları meyve suyu sektörünün gelişmesi için önemli bir fırsattır.

3. TROPİK MEYVE SUYU PAZARINDAKİ TRENDLER (DIETER KNEIP)

2005 yılı verilerine bakıldığında Almanya, kişi başına yıllık meyve suyu/nektarı tüketiminde 40 litre ile dünya şampiyonudur. Almanya'yı 33 litre ile Amerika, 32 litre ile Finlandiya, 27 İspanya, 26 Avusturya, 25 litre ile Hollanda, Fransa ve İngiltere, 21 litre ile İsveç ve 15 litre ile İtalya izlemektedir.

Almanya'da kişi başına düşen yıllık su tüketimi yaklaşık 132 litre, karbondioksitli içecek tüketimi yaklaşık 115 litredir.

Başlıca tüketici trendleri; sağlık, doğallık, zevk/üstünlük, uygunluk, obezite, karışımlar ve fiyattır.

Ürün trendleri ise; konsantreden elde edilmeyen (NFC) meyve suyu, diyet ürün, fonksiyonel bileşim, mevsimlik ürün, limitli üretim, organik ürün, çocuklara yönelik ürün ve egzotik yeni tatlardır.

Yeni trendlerin başlıcalarından birisi de klasik meyve suyundan tropikler ile çeşitlendirilmesidir. 2005-2006 yılları arasında, en çok tüketilen elma ve portakal suyu tüketimindeki değişim sırası ile -%3.6 ve +%5.6 iken; portakal-passion ve portakal-mango karışımlarındaki tüketim artışı sırasıyla +%30 ve +%29.4'tür.

Tüketimi yıldan yıla artan karışık içeceklerde en çok kullanılan meyveler sırası ile ananas, muz, mango, passion fruit, kivi ve guavadır. Yapılan pazar analizlerinde, içeceğin içine %1'lik oranda konulan bir egzotik meyvenin, tadında belirgin bir değişikliğe yol açmasa bile, o içeceğin satışını arttırdığı gözlenmiştir. Tropik meyvelerin sağladığı başlıca avantajlar şöyle özetlenmektedir:

- tropikal meyvelerin kullanımı, tüketici trendlerinden keyif için mükemmel bir çözümdür.
- ayrıca, farklılaşma ve yaratıcı buluşlar için de ideal bir olanaktır.
- dünyada tüketici sürekliliğini sağlamak ve güven kazanmak için kullanılan en önemli metod "kaize" mühendisliğidir. Bu açıdan yaratıcı olan bir sektör pozitif bir imaj çizecektir.
- tropik meyveler ile geleneksel meyvelerin karıştırılması ile tüketim ve elde edilen gelir artacaktır.
- farklılaşma için çok küçük ölçülerde tropik meyvelerin kullanılması bile yeterli olacaktır.

Ancak tropik meyveler ile elde edilen karışımların yaşam döngüsü oldukça kısadır. Tüketicinin beklentisi sürekli yenilenen ürünler ve yeni karışımlardır. Bu da sektörün yeni sansasyonlar yaratması için itici bir güçtür.

4. MEYVE SUYU SEKTÖRÜNDE BİRİNCİL KONUM ve MARKA (SOFIA NOREN)

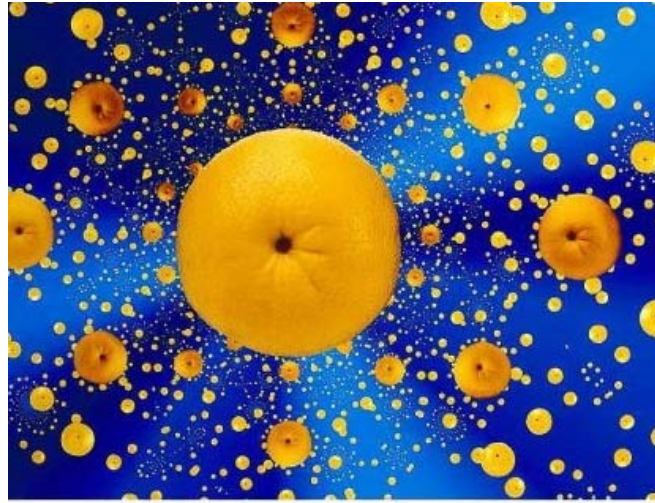
Markayı farklılaştırmanın 5 yolu; (1) çevreyi bilmek, (2) tüketici beklentilerinin fazlasıyla karşılamak, (3) firmanın kendine ait bir öyküsünün bulunması, (4) etkileyenleri etkilemek, (5) geniş alan yerine dar alana yayılmaktır.

- Çevreyi bilmenin yolu, tüketici ve müşterilerin davranış tarzlarını bilmek, global trendleri ve rakiplerini gözlemlemekten geçer.

- Beklentileri fazlasıyla karşılamak için; esnaf ile işbirliği yapmak ve ürün kalitesi, marka değeri, bulunabilirlik/servis, buluşlar, fiyatlandırma gibi konulardan en az birinde **lider** konumunda olmak gerekir.
- Farklılaşma için firmanın kendine özel bir öyküsü olmalı; bunu çalışanları ve tüketiciler ile paylaşmalı ve anlattıkları konusunda tutarlı ve inandırıcı olmalıdır.
- Esin kaynağı olanları bile etkilemenin yöntemi ise, tüketiciler ile iletişim kurmak, güvenilirliği yüksek olan insanlar ile kamuoyuna açılmaktır.
- Daha dar alana hitap etmekle; hedef tüketici kitlesi seçilir, nicelikten çok niteliğe önem verilir, seçilen bazı süpermarketlerde yüksek miktarda ürün sergilenir ve bu yol ile farklılaşmaya bir adım daha yaklaşılır.

Günümüzde tüketici davranışlarında yeni trendler gözlemlenmektedir. Yeni başlayan boğazda pay alma savaşında güçlü kalmanın en önemli yolu polarizasyona uymaktır.

Beklentilere göre gelecekte premium markalı meyve suyu ve düşük fiyatlı meyve suyu arasında bir polarizasyon yaşanacak, buna karşılık orta kalitedeki meyve suyu alanı daralacak ve zamanla piyasadan çekilmek zorunda kalacaktır. İşte bu nedenle, markalar sorumluluk almalıdır.



5. FLORİDA'DA PORTAKAL SUYU ÜRETİMİ (KEN KECK)

Dünya çapında, 2003-05 yılları arasında gerçekleştirilen ortalama portakal üretiminde 1. sırayı %28.6'lık pay ve 17 664 MT üretim ile Brezilya almaktadır. Ardından 10 139 MT ile Amerika, 3 958 MT ile Meksika, 2 631MT ile İspanya, 2 036MT ile Çin ve 2 013MT ile İtalya gelmektedir. 7. sırayı ise 1 267 MT lik üretim ile Türkiye almaktadır.

2005-06 yılları arasında dünya portakal suyu (65°briks) üretiminde 1. sırayı alan Brezilya stoktaki (31,000 MT) ürüne ek olarak 1,402,000MT'lik üretim yapmış ve bunun 1,367,000MT'luk kısmını ihraç etmiştir. Dünya portakal suyu ihracatı birincisi Brezilya'yı, 102,000MT ile İspanya ve 75,000MT ile Amerika izlemektedir.

Florida'da 2005'ten 2006'ya portakal ağaçlarında, kanser ve radyasyondan kaynaklanan %12'lik bir azalma görülmüştür.

6. BREZİLYA PORTAKAL SUYU ÜRETİMİ (ADEMERVAL GARCIA)

Sao Paulo'da yapılan istatistiklere göre, 2006'da yaklaşık 350milyon box olan portakal üretiminin, 2021 yılında kadar göstereceği artış ile yaklaşık 410 milyon boxa ulaşması bekleniyor.

Sao Paulo üretiminin önündeki engeller ise; hastalıklar (sitrus kanseri, SDD, HLB, CVC), maliyet artışı, ekim alanı rekabeti (şeker pancarı) ve coğrafi göç (kuzeyden güneye) tür.

2000-06 yılları arasında yaklaşık 419.500 hektarlık bir alan, özellikle hastalıklar sebebiyle yok olmuştur ve üretim yaklaşık % 10 azalmıştır.

Önceki tahminlerde artması beklenen Florida ve Sao Paulo'nun portakal üretiminin, yeni tahminlere göre azalması beklenmektedir. Florida ve Sao Paulo'nun, 2006 yılında sırasıyla 190 ve 350 milyon kutu olan portakal üretiminin, 2010 yılında yaklaşık 160 ve 320 milyon boxa düşmesi bekleniyor.



Brezilya'nın 2006 yılı ihracatında ilk sırayı 1 342 000 ton ile AB ülkeleri almaktadır. Bunu sırasıyla; 873 000 ton ile ABD, 174 000 ton ile Asya ülkeleri izlemektedir.

Gelecek 6 yıllık sürede, hastalıklara bağlı olarak ciddi anlamda ağacın kaybedileceği düşünülüyor. Bu nedenle hastalıklı ağaçların yerine yapılacak plantasyonların arttırılması ve hastalıklara karşı ve kaliteyi geliştirici araştırmaların arttırılması gerekmektedir. Portakal ağaçları yerini almaya başlayan şeker pancarı tehdidi değerlendirilmelidir. Üretim maliyeti de artmıştır. İleriki yıllarda arz ve talep arasındaki denge bozulacaktır.

7. DÜNYA ELMA SUYU PAZARI (JING KINNY MAO)

2006 tahminlerine göre, Amerika ve Avrupa elma suyu üretiminin sırasıyla, 4.47 milyon metrik ton(MMT) ve 9.55 MMT olması bekleniyor. Çin'de aynı yıl beklen elma suyu üretimi ise 24.48 MMT ve bu değer 2005 yılı üretiminden (20.40MMT) yaklaşık 8% fazladır. 2005 yılında kötü hava koşulları nedeni ile 2004'e göre düşüş yaşanmış, ancak 2006 yılında üretimde tekrar bir artış gözlenmiştir.

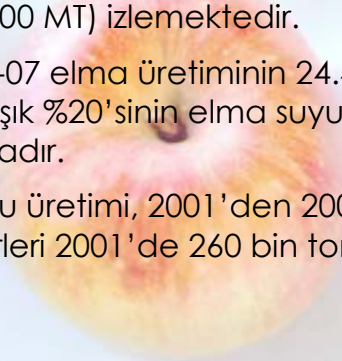
Dünya elma suyu üretiminde 1. sırayı yaklaşık 590,000MT ile Çin almaktadır. Bunu Polonya (~220,000 MT), Amerika (~110,000 MT), İtalya ve Arjantin(~80,000 MT) izlemektedir.

Dünya elma suyu ithalatında Almanya'nın payı %57, Amerika'nınki ise %37'dir. Kalan %6'lık pay diğer ülkeler arasında paylaşılmaktadır. Amerika'nın elma suyu ithalatı yükselen bir trend izlemektedir ve 2006 tahminlerine göre 313,000 MT olması beklenmektedir.

2006 Dünya elma suyu ihracatın tahminlerine göre 1.sırayı 580,000MT ile Çin almakta, bunu Polonya(~200,000 MT), Almanya(~100,000 MT), Arjantin, İtalya ve Şile (~50,000 MT) izlemektedir.

Çin' de 2006-07 elma üretiminin 24.480 MMT olması beklenmektedir ve bu ürünün yaklaşık %20'sinin elma suyu konsantresine dönüştürülmesi planlanmaktadır.

Çin elma suyu üretimi, 2001'den 2004'e kadar büyük bir artış göstermiştir. Üretim değerleri 2001'de 260 bin ton, 2002'de 370 bin ton, 2003'de 540 bin



ton, 2004'te 728 bin tondur. 2005'de ise elma üretimine bağlı olarak elma suyu üretimi ancak 540 bin tona ulaşabilmiştir. Ancak yeniden artış gösteren üretimin 2006 yılında 710 bin ton olacağı tahmin edilmektedir.

Çin elma suyu konsantresi ihracatı 2004 yılında 556 bin ton, 2005 yılında ise 613 bin ton olup; 2006 yılı tahmini 635 bin tondur.

Dünya elma suyu konsantresi ithalatında Çin, Amerika'nın %34'lük, Almanya'nın 14%, Hollanda'nın 11%, Rusya ve Japonya'nın 10%, Avustralya'nın 5% ve Kanada'nın 4%lik kısmını karşılamıştır.

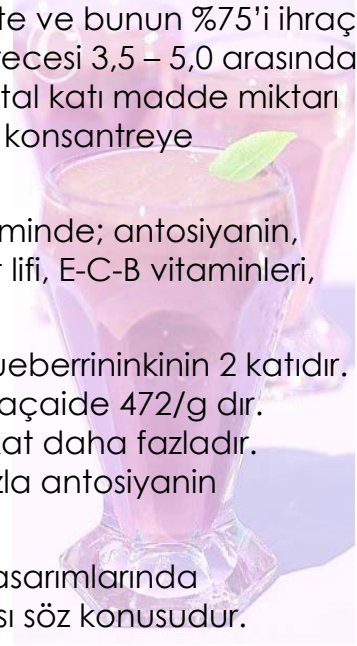
8. AÇAI (YANNICK LE MINTIER)

Brezilya'nın Para eyaletinde 441 bin ton **AÇAI** üretilmekte ve bunun %75'i ihraç edilirken, %25 de iç tüketimde kullanılmaktadır. Briks derecesi 3,5 – 5,0 arasında değişen açai meyvesinin pH değeri 4,5'ten düşüktür. Total katı madde miktarı ise yaklaşık % 8'dir. Bu nedenle hem püreye ve hem de konsantreye dönüştürülebilmektedir.

Süper meyve olarak tanımlanan AÇAI meyvesinin bileşiminde; antosiyanin, polifenol, fitosterol, omega 3, omega 6, omega 9, diyet lifi, E-C-B vitaminleri, kalsiyum, fosfor, potasyum ve demir bulunmaktadır.

Açai meyvesinin antioksidan düzeyi üzümdekinin 10, blueberrininkinin 2 katıdır. ORAC birimi ile antioksidan kapasite narda 160/g iken, açaide 472/g dir. Antioksidan düzeyi üzüme göre 10, blueberryye göre 2 kat daha fazladır. Antosiyanince zengindir ve kırmızı şaraptan 30 daha fazla antosiyanin içermektedir

Süper meyve olarak tanımlanan bu meyve, yeni ürün tasarımlarında kullanılarak meyve suyu sektörüne büyük girdi sağlaması söz konusudur.



9. VIŞNE SUYU (SAİT ELİBOL / AROMA – TÜRKİYE)

2005 yılı Türkiye vişne üretimi 140,000 MT, vişne suyu konsantresi üretimi 7,300 MT ve meyve suyuna işlenen vişne miktarı 37,1000 MT olarak belirtilmiştir.



Vişne; polifenol, antosiyanin, kamferol, kuersetin gibi antioksidanlarca zengin olduğu için fonksiyonel bir gıda olarak tanımlanabilir.

Yapılan araştırmalar göre vişnenin antioksidan kapasitesi (12,800/g); blueberry (2400), blackberry(2036), çilek(1540), raspberry(1220) gibi meyvelerden oldukça yüksektir.

Yapılan araştırmalar, vişnede bulunan antosiyaninlerin; romatizma etkisini, kolon kanseri riskini azalttığını; ateşlenmeyi önleyici, damar hastalıklarını ve tümör kanserini engelleyici etkisi olduğunu göstermektedir. Vişne, beyinde üretilen, güçlü bir antioksidan olan ve iyi bir uyku sağlayan melatonin

bakımından zengindir. Dolayısıyla, derin uykuyla sağlanan büyüme ve hücre yenilenmesine önemli katkısı vardır.

Vişne suyu; kandaki ürik asit seviyesini düşürerek, gut hastalığını iyileştirici etkiye sahiptir.

10. BÜYÜMEDE SMOOTHY'NİN YERİ (MATHIEU LE BIGOT)

Son yılların gelecek vaat eden içeceği olarak tanımlanan “**smoothy**” için kesin bir tanımlama ve yasal düzenleme yoktur. Yine de, kaliteli meyve suyu grubu için açık bir şanstır. Bunun başlıca nedenleri; tamamen meyve ve taze sıkılmış meyve suyu karışımlarından oluşması, katkı maddesi içermemesi, konsantreden hazırlanmaması, koruyucu içermemesi, şeker katılmaması ve dolayısıyla leziz ve sağlıklı olmasıdır.

Smoothy bakımından İngiltere ve İrlanda gelişmiş; Hollanda, Belçika, Danimarka, İskandinavya, Almanya, İsviçre ve Fransa potansiyeli olan pazar olarak gösterilmektedir. Buna karşın, Güney ve Doğu Avrupa ülkeleri potansiyeli düşük pazarlardır.

11. MEYVE SUYUNUN İÇECEKLERDE KULLANILMASI (ROBERT KAY SHUTTLEWORTH)

Dünya çapında içecek sektörü incelendiğinde, soft içecek grubunda 12 seçenek (su, karbondioksitli içecekler, meyve suyu, enerji içecekleri vb) olduğu görülüyor. Bunların yıllık kişi başına tüketim toplamı 83 litre iken; meyve suyu, nektarı ve meyveli içeceklerin toplamı 10 litredir. Meyve suyu; taze, sağlıklı gibi yarattığı olumlu çağrışımlarla, karbondioksitli içecekler ve sudan sonra global olarak tüketilen içecekler sıralamasında 3.dür.

2000-05 yılları arasında; dünya çapında meyve suyu 1.9, meyve nektarı 4.2 ve meyveli+aromalı içecekler ise 6.9 milyar litrelik bir artış göstermiştir. Ancak bu değerler bölgeler arasında değişiklik göstermektedir. Örneğin; meyve suyundaki artış Kuzey Amerika'da 0.9, Batı Asya'da 0.4, Doğu Asya'da ise 1.1; meyve nektarındaki artışlar ise aynı sırayla 0.5, 0.3 ve 1.5 olarak gerçekleşmiştir.

2004-05 yılları arasında, Batı'daki tüketimde; meyve suyu yaklaşık 70, meyve nektarı yaklaşık 60 litre azalırken, meyveli+aromalı içecekler yaklaşık 25 litre artmıştır. Yine Batı'da 2005'ten 2006'ya tahmin edilen ise, meyve suyu ve nektarı tüketiminin sırasıyla yaklaşık 30 ve 25 litre arttığı; buna karşılık meyveli+aromalı içecek tüketiminin yaklaşık 40 litre azaldığıdır.



12. GÜÇLENDİRİLMİŞ (FORTIFIED) MEYVE SUYU (ULLRICH KLEIT)

Yeni global trendlerden biri de güçlendirilmiş meyve suyudur. Fonksiyonel grubuna giren bu içecek meyve suyuna; vitamin, mineral, yağ asidi (omega), karbonhidrat, polisakkarit, protein ve ikincil bitkisel bileşikler (polifenol, flavanoid, katesin vb) eklenerek hazırlanmaktadır.

Bilindiği gibi fonksiyonel gıdalar; kalp hastalıkları riskini azaltmaya, bağışıklık sistemini güçlendirmeye, sağlıklı yaşamı desteklemeye yardımcı olmaktadır.

Güçlendirilmiş meyve suyunun ilk örneği 1970'li yıllarda üretilmiştir. İçerdiği 10 vitamin ile tüketiciye meyve suyundan fazlasını sunan bu içecek, aynı zamanda kuşkusuz diğer destekleyici diyet ürünlerinden daha lezzetlidir.

Dünyada, güçlendirilmiş/fonksiyonel meyve suyunun içecekler arasındaki payı %18 dolayındadır. Fonksiyonel payı, meyve suyunda %45, meyve nektarında %15, meyveli içecekte %38 ve aromalı içecekte %2 dir.

13. PROBİYOTİK MEYVE SUYU İÇECEKLERİ (KALLE LEOPARANTA)

Finlandiya'daki kişi başına meyve suyu/nektarı tüketimi yıllık 23litredir.

Probiyotik bakteri, yeterli dozda tüketildiğinde, canlının mikrobiyel bağırsak dengesini geliştirerek ona fayda sağlayan mikroorganizma suyudur. Dünyanın tescilli en iyi probiyotik bakterisi Laktobasillus GG (LGG) nin yararları 300'ü aşkın araştırma ile kanıtlanmıştır. Günümüzde 40'ı aşkın pazarda bulunmaktadır.

Valio firması 1997'den bu yana, LGG katkısı ile üretilen ve buzdolabında saklandığında 5 haftalık raf ömrü olan çeşitli meyve sularını piyasaya vermektedir. Bunun başlıca nedeni, tüketicinin süt ve süt türevleri dışında da probiyotik gıda aramasıdır.

Sonuç olarak, süt dışında da probiyotik gıda talebi meyve suyu sektörü için bir fırsattır. Üretim için; içme sütü ve meyve suyu teknolojisinin kombine edilmesi gereklidir.

14. DOĞU AVRUPADAKİ BÜYÜME TRENDLERİ (TOMASZ KURPISZ)

Tüketim değeri açısından; meyve suyu,nektarı ve meyveli içecek oranı Polonya'da %28.4, Macaristan'da %17.5, Çek Cumhuriyeti'nde %12.1 ve Slovak Cumhuriyetinde %10.5'dir ve karbondioksitli içecek ve içme suyundan sonra gelmektedir.

Kişi başına düşen yıllık tüketim Polonya'da 37, Macaristan'da 26, Çek Cumhuriyeti'nde 18 ve Slovak Cumhuriyetinde 12 litredir.

Polonya pazarında, ambalaj açısından %74 pay ile karton kutu birinci sırayı almakta, bunu % 23 ile cam şişe ve %3 ile aseptik pet izlemektedir. Başlıca trendler ise; aseptik pet, konsantreden olmayan meyve suyu, premium % 100 meyve suyu ve fonksiyonel içecektir. Çoklu karışımın payı meyve suyu ve nektarında %21, meyveli içecekte ise %68'dir.

